



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2018

**Besprechung von: Claudia Polzin-Haumann/Alberto Gil (Hgg.):
Angewandte Romanistische Linguistik: Kommunikations- und
Diskursformen im 21. Jahrhundert**

Dürscheid, Christa

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-174456>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Dürscheid, Christa (2018). Besprechung von: Claudia Polzin-Haumann/Alberto Gil (Hgg.): Angewandte Romanistische Linguistik: Kommunikations- und Diskursformen im 21. Jahrhundert. Zeitschrift für französische Sprache und Literatur, 128(2-3):312-317.

ZFSL 128, 2018/2–3, 312–317

Claudia Polzin-Haumann / Alberto Gil (Hgg.)

Angewandte Romanistische Linguistik: Kommunikations- und Diskursformen im 21. Jahrhundert

(Romanistik und angewandte Sprachwissenschaft), St. Ingbert: Röhrig, 2015, 317 S.

Der Sammelband präsentiert sich in ansprechendem Design, mit sorgfältig gestaltetem Einband, informativem Klappentext und schönem Bildmotiv auf dem Cover. Das Buch ist der zweite Band in einer Reihe, die von Claudia Polzin-Haumann mitherausgegeben wird, die Bandmitherausgeberin ist also auch die Reihenmitherausgeberin. Wie aus der Einführung zu entnehmen ist (S. 7 f.), basiert der Band auf Vorträgen, die 2013 in der gleichnamigen Sektion auf dem Deutschen Romanistentag in Würzburg gehalten wurden.¹ Es darf also – dies sei hier vorweggeschickt – nicht erwartet werden, dass der Band auf aktuelle Daten Bezug nimmt und die neueste Forschungsliteratur einbezieht. Und doch baut sich eine solche Erwartung auf – und zwar nicht nur aufgrund des Titels („im 21. Jahrhundert“), sondern auch durch die einleitenden Worte von Herausgeberin und Herausgeber. So ist hier von „technologischen Innovationen“ (S. 8) die Rede, vom „Web 2.0“, von „neuen Kommunikationsformen“ und „mobilen Endgeräten“ (S. 7). Auch der Blick auf das Inhaltsverzeichnis verstärkt den Eindruck, dass es in dem Band v. a. um neuere Entwicklungen in der digitalen Kommunikation geht: Drei der vier Themenblöcke sind mit einem Verweis auf Digitale bzw. Neue Medien überschrieben (I: „Kommunikative Prozesse mit Neuen Medien“, III: „Digitale Medien und Sprachdidaktik“ und IV: „Digitale Medien und Humanwissenschaften“).² Ein weiteres Großkapitel setzt einen etwas anderen Akzent, laut Überschrift wird hier das Thema „Politik und Öffentlicher Diskurs“ (Kapitel II) behandelt. Im Folgenden wird nun zu prüfen sein, a) wie gut diese vier Themenblöcke zusammenpassen, b) wie aktuell die in den 16 Beiträgen behandelten Fragestellungen sind (immer unter Berücksichtigung der Tatsache, dass das Buch 2015 erschienen ist) und c) welchen Gewinn man insgesamt aus der Lektüre ziehen kann.

Der erste Themenblock führt im Titel den Terminus „Neue Medien“, kommentiert diesen Ausdruck aber nicht weiter, obwohl das sinnvoll gewesen wäre, da die Neuen Medien ja so neu nicht mehr sind. Präsentiert werden hier vier Beiträge (S. 11–79), deren thematische Verbindung, so liest man in der dem Buch vorangestellten Einführung, darin besteht, dass sie „kommunikative Prozesse mit und in den sog. Neuen Medien“ (S. 7) in den Mittelpunkt stellen. Darunter lässt sich freilich viel subsumieren, und tatsächlich ist dieses Kapitel sehr heterogen, bietet dadurch aber auch interessante Einblicke in verschiedene Bereiche: Im ersten Artikel („Technik, die begeistert?! Zur Open-Access-Debatte in der Sprach- und Translationswissenschaft“) thematisiert Marco Agnetta Open-Access-Bemühungen in den Natur- und Geisteswissenschaften, diskutiert ausgewählte Pro- und Contra-Argumente und schließt mit einem sorgfältig abwägenden Fazit. Der zweite Beitrag von Antje Lobin („*Diviértete, sorpréndete, nivéate* – Formen der Konsumentenadressierung in spanischen, italienischen und französischen Newslettern“) stellt eine Fallstudie zum E-Mail-Newsletter-Angebot der Marke NIVEA vor und geht der Frage nach, welche charakteristischen sprachlichen Merkmale in diesen Anschreiben auftreten und inwiefern sich länderspezifische Muster nachweisen lassen. Das Korpus ist relativ schmal (55 französische, 22 spanische und 17 italienische E-Mails), führt die Autorin aber zu interessanten Analysen (z. B. zur personalisierten Anrede in der Betreff-

zeile, zur Ausgestaltung der Dialogangebote im Text). Zum Schluss wird auch das etwas seltsam anmutende Wort *nivéate* im Titel erklärt. Dabei handelt es sich um eine Ableitung des Markennamens NIVEA, die im spanischen Teilkorpus als reflexive Imperativform verwendet wird. Im dritten Beitrag („Der Jurist als Journalist: intralinguale Übersetzung in den brasilianischen Medien“) zeigt Tinka Reichmann, wie in journalistischen Kommentaren versucht wird, das Strafverfahren zu einem der größten Korruptionsskandale in Brasilien auf eine für Laien verständliche Weise darzustellen. Zu diesem Zweck werden Textauszüge aus Zusammenfassungen und Kommentartexten zu der Gerichtsverhandlung aneinandergereiht und die dahinterstehenden „Popularisierungsstrategien“ (S. 47) knapp, aber sehr prägnant kommentiert. Letzteres gilt für den vierten Beitrag in diesem Themenblock leider nicht („Der Paratext der Onlinetageszeitung“), diesem fehlt es durchweg an Prägnanz. Das zeigt bereits der erste Satz, der zur Illustration hier im Zitat wiedergegeben wird: „Die Implementierung der medialen Interaktion auf der Seite der Onlinezeitung unter Einbeziehung von Ressourcen wie die Navigation, die Vermehrung der Kanäle [...] berührt das traditionelle Fundament des Pressediskurses“ (S. 63). In diesem Duktus setzt sich der Artikel fort, so dass der Text insgesamt schwer zu lesen ist und man sich fragt, warum hier von Herausgeberseite nicht eingegriffen wurde. Inhaltlich geht es der Autorin Georgette Stefani-Meyer um den Vergleich der Online-Titelseite einer deutschen und einer französischen Tageszeitung, gerechtfertigt wird die Wahl der Titelseite als Untersuchungsgegenstand mit der „Dichte der diskursiven Indizien an ihrer Oberfläche“ (S. 65). Ein Leitmotiv, das sich durch den Beitrag zieht, ist die Gegenüberstellung von Online-Zeitung und gedruckter Zeitung. Dieser Vergleich gibt der Verfasserin die Gelegenheit, immer wieder auf eine ihrer früheren Publikationen Bezug zu nehmen, in der sie – analog zum vorliegenden Beitrag – den „Paratext der gedruckten Tageszeitung“ (so der Titel ihrer Arbeit aus dem Jahr 2005)³ untersucht hat. Nicht zuletzt dadurch entsteht der Eindruck, dass hier ein rückwärtsgewandter Beitrag vorliegt. Hinzu kommt, dass es gerade im Bereich der Online-Zeitung viele Neuerungen gibt (z. B. Zeitungs-Apps), so dass der Artikel zusätzlich daran krankt, dass nicht, wie in der Einführung zum Buch angekündigt, den „technologischen Innovationen“ Rechnung getragen wird. Kritisch angemerkt sei in diesem Zusammenhang auch, dass die fachwissenschaftlichen Titel im Literaturverzeichnis nur bis ins Jahr 2010 reichen, neuere Forschungsliteratur wurde nicht berücksichtigt.

Das zweite Großkapitel, in dem das Thema „Politik und Öffentlicher Diskurs“ im Zentrum steht, umfasst vier Beiträge (S. 83–158). Eröffnet wird der Reigen mit einem Text von Mirja Hanke, der den Titel „Zum Emotionsausdruck in Konzessionen am Beispiel journalistischer Blogs aus Spanien“ trägt. Zunächst wird eine kurze Erläuterung zur Textsorte ‚journalistischer Blog‘ gegeben, dann wendet sich die Autorin der Frage zu, wie in solchen Blogs Emotionen zum Ausdruck gebracht werden. Nach weiteren Erläuterungen (zum Terminus ‚Konzession‘ und zum Verhältnis von Emotionen und Sprache) erfolgt die Analyse von Blogtexten, die dadurch gekennzeichnet sind, dass potentielle Gegenargumente diskutiert werden. Die Ergebnisse sind, obwohl von einer interessanten Fragestellung geleitet, wenig aussagekräftig; die Untersuchung kann, wie die Autorin selbst schreibt, „wenn überhaupt, nur ansatzweise einen Einblick in die Verknüpfung zwischen Emotionen und Argumentationen vermitteln“ (S. 95). Der zweite Beitrag in diesem Themenblock trägt den Titel „Il dibattito politico televisivo: un’analisi contrastiva sulla retorica televisiva in Italia e in Germania“ und ist der Frage gewidmet, wie sich die Gesprächsstile in deutschen und italienischen Polit-Talkshows unterscheiden. Daniele Moretti betrachtet hierfür einige ausgewählte Sendungen

(z. B. „Hart aber fair“, „Porta a Porta“), präsentiert lange Zitate und verweist darauf, dass die Unterschiede im kulturellen Kontext zu sehen sind, benennt diese aber nicht näher. Der folgende Artikel mit dem Titel „*Le storytelling* – Narrativistik in der politischen Kommunikation als Gegenstand der angewandten Sprachwissenschaft“ beginnt mit einem Überblick über narrative Strategien in der politischen Kommunikation (z. B. das Erzählen von Anekdoten in einer Wahlkampfrede), dann analysiert Dietmar Osthus Redeauszüge aus dem französischen Präsidentenwahlkampf im Jahr 2012. Besonders hervorzuheben ist bei diesem Beitrag, dass die behandelten Aspekte über die Einzelfallstudie hinaus betrachtet werden und der Verfasser weiterführende Fragen zur Verbindung von Wahlwerbung und ökonomischem Marketing stellt. Auf den Präsidentenwahlkampf von 2012 nimmt auch der Beitrag von Kathleen Plötner und Claudia Schlaak Bezug („Diskursstrukturen und lexikalische Stilmittel bei Hollande und Sarkozy im Web 2.0“), doch dieser Text hat eher Werkstattcharakter. Die Autorinnen wollen aufzeigen, „welche sprachlichen Besonderheiten die politische Kommunikation im Web 2.0 aufweist“ (S. 140), diesen hohen Anspruch können sie aber mit ihrer selektiven Studie – wenig überraschend – nicht einlösen. Untersucht werden 85 Facebook-Postings von Hollande und Sarkozy (bzw. deren Wahlteams) und 815 Kommentare zu einem der vielen Hollande-Postings bzw. 1499 Kommentare zu einem der Sarkozy-Postings. Der Beitrag besteht aus zahlreichen Zitaten, paraphrasiert diese teilweise und kommentiert sie aus linguistischer Sicht. Das erfolgt gelegentlich aber etwas ungeschickt (so z. B., wenn auf S. 155 f. festgestellt wird, dass die „User-Kommentare [...] unter Verwendung unterschiedlicher Aspekte argumentieren“ und es „verschiedene Arten von Wählern gibt“).

Im dritten Themenblock wird, so liest man in der Einführung (S. 8), „der Stellenwert und die Rolle der technologischen Innovationen und neuen Kommunikationsformen für die Didaktik der romanischen Sprachen diskutiert“. Dieser Block ist der kürzeste des Buches, er umfasst nur drei Beiträge (S. 161–229). Katharina Leonhardt und Julia Montemayor Gracia machen den Auftakt („Spr@chen lernen heute: Einsatz digitaler Medien im Fremdsprachenunterricht“). Sie erörtern die curricularen Vorgaben zum Spanischunterricht, analysieren Lehrwerke aus den Jahren 2003/2004 und 2010/2012, gehen auf weitere Unterrichtsmaterialien (z. B. Sprachlernsoftware) und die Lehreraus- und -fortbildung ein und thematisieren abschließend die Vor- und Nachteile des Einsatzes Neuer Medien. Insgesamt gewinnt man den Eindruck, dass der Beitrag einen Stand abbildet, der weit vor das Jahr 2015 zurückreicht. So wird mit Verweis auf eine Arbeit aus dem Jahr 2009 festgestellt, dass nicht alle Jugendlichen zuhause einen Internetanschluss hätten, was bei Hausaufgaben problematisch sein könnte. Wie aber neuere Mediennutzungsstudien zeigen, hat sich diese Situation seither grundlegend verändert; die Autorinnen hätten deshalb von einer anderen Situation als im Jahr 2009 ausgehen müssen. Der folgende Beitrag trägt den Titel „*Desarrollo de la competencia (comunicativa) intercultural mediante la interacción audiovisual y escrita*“. Darin berichtet María José Ruiz Frutos über ein von ihr durchgeführtes Projekt („*Proyecto Esterotipos*“), in dem sich Spanisch- und Deutschstudierende auf einer Videoplattform austauschen und gemeinsam an einem Text arbeiten. Detailliert beschreibt sie die verschiedenen Phasen des Projekts (z. B. *fase organizativa*, *fase de contacto*, *fase reflexiva*), dann folgt die Auswertung der Ergebnisse und eine knappe Diskussion auf didaktischer Ebene. Der dritte und letzte Beitrag in diesem Themenblock, verfasst von Judith Visser, trägt den Titel „*Die Kommunikationsform Twitter im romanistischen Fremdsprachenunterricht: Potential, Probleme, Perspektiven*“. In einem ersten Schritt werden hier Hintergrundinformationen zu Twitter gegeben, dann werden einige Unterrichtsvorschläge präsen-

tiert (z. B. zum Verfassen von ‚Twitteratur‘ und zur sprachlichen Analyse von Tweets). Der Beitrag ist informativ, störend ist lediglich, dass gegen Ende in Bezug auf Twitter etwas irreführend von „kreativen mündlichen und schriftlichen Äußerungen“ (S. 225) die Rede ist: Twitter-Nachrichten sind schriftbasiert – und daran ändert auch nichts der Umstand, dass der Duktus oft Mündlichkeitscharakter annimmt. Mündliche Äußerungen sind es nicht.

Damit komme ich zum letzten Großkapitel, in dem u. a. die „Spezifika sprachlicher Interaktion unter den Bedingungen internetvermittelter Kommunikation“ (S. 8) thematisiert werden. Der erste Beitrag umfasst nur elf Seiten und trägt den Titel „... y perdonen mi portuñol: Über die Kommunikation zwischen Spanisch- und Portugiesischsprechern im virtuellen Raum“. Ulrike Mühlshlegel untersucht darin auf der Basis einer kleinen Datensammlung die Sprachwahl in gemischtsprachigen spanisch-portugiesischen Foren. Zunächst aber gibt sie Erläuterungen zur Identitätskonstruktion und zur Wahl von Nicknamen im Internet, dann bespricht sie die ausgewählten Forentexte. Im Fazit stellt sie fest, dass die meisten Nachrichtenstränge „in der Sprache geführt werden, in der der Eingangsbeitrag geschrieben wurde“ (S. 243), dass es aber – wenig überraschend – auch andere Strategien gebe (so z. B., dass man in seiner Sprache schreibt und auf „interlinguale Komprehension [sic]“ hofft (S. 242). Die Großschreibung im Titel des nächsten Beitrags „IM GESCHÄFT BLEIBEN. Spanische Geschäfts- und Produktnamen für den Markt von morgen“ wird nicht weiter kommentiert, resultiert aber vermutlich daraus, dass es hier um (typographische) Werbestrategien geht, genauer: um die Frage, welche Benennungsprinzipien gewählt werden, um ein Produkt zu bewerben. Ein wichtiges Merkmal sei, so der Verfasser Christian Schmitt, dass man versuche, mit dem Produktnamen Zukunftsorientiertheit zum Ausdruck zu bringen. Dies geschehe im Spanischen z. B. über Wörter wie *futuro*, *globo/global* oder *mundo* oder durch Affixe wie *top-*, *tecno-*, *-tronic* oder *ultra-*. Auch einige orthographische Beispiele werden genannt, so der im Spanischen unübliche Gebrauch des Buchstabens <K> (vgl. *Pes K dos*). Insgesamt bietet der Verfasser interessante Einblicke in die Prinzipien der Ergonymik (vgl. dazu auch die vielen Selbstreferenzen im Literaturverzeichnis). Doch haben diese Überlegungen nur ganz am Rande mit dem übergeordneten Thema des Sammelbandes zu tun. So heißt es zwar an einer Stelle, es sei gut denkbar, dass „Formen der Neuen Medien in die spanische Sprache eindringen und nicht nur in futuristischen Graphien ihren Ausdruck finden“ (S. 262), diese Bemerkung wird inhaltlich aber nicht weitergeführt. Der dritte Artikel wendet sich wiederum einem anderen Thema zu, der digitalen Sprachgeographie. Unter dem Titel „Datenerhebung und elektronisches Publizieren geolinguistischer Daten in Theorie und Praxis: Ein Einblick in die medialen Möglichkeiten“ stellen Fabio Tosques und Michele Castellarin verschiedene Datenerhebungsmethoden vor, wägen deren Vor- und Nachteile ab und präsentieren einige Beispiele für digitale Sprachatlanen. Deutlich wird, dass sie sich in diesem Überblicksartikel sehr um Aktualität bemühen, was sich u. a. daran zeigt, dass sie die neueste Literatur einbeziehen und alle Internetzugriffe publikationsaktuell sind (d. h. auf dem Stand von 2015). Auch der nächste Beitrag, verfasst von Johanna Warm, ist um Aktualität bemüht. Hier geht es unter der Überschrift „Beziehungs- und Identitätsarbeit auf der Social Network Site Facebook“ zunächst um den Zusammenhang zwischen *Face* (als zentrales Konzept der Höflichkeitsforschung) und Identität, dann wird das Untersuchungskorpus vorgestellt. Dabei handelt es sich um Einträge auf der Pinnwand von vier italienischen Jugendlichen zwischen 15 und 19 Jahren. Minutiös werden diese Einträge, die sowohl von den Jugendlichen selbst stammen als auch von anderen Personen (insgesamt ca. 500), analysiert und die Ergebnisse

in Beziehung gesetzt zu einer anderen Studie zum selben Thema (von Bolander/Locher 2015).⁴ Die Arbeit kann auf dieser schmalen Datenbasis natürlich nur eine Pilotstudie zur Selbst- und Fremdpositionierung auf Facebook sein – was die Autorin am Schluss auch deutlich macht, wenn sie darauf hinweist, dass weitere Untersuchungen erforderlich seien, „um genauere Aussagen treffen zu können“ (S. 300). Der letzte Artikel in dem Themenblock (und im Buch überhaupt) wird von einem Autorinnenteam verantwortet, von Anne Weber, Anne-Kathrin Lehmann und Daniele Moretti („Saarbrücker Übersetzungsbibliographie – Latein. Eine ‚Fleißarbeit‘ des 21. Jahrhunderts!“). Vorgestellt wird ein DFG-Projekt, das es sich zur Aufgabe gemacht hat, zwischen 1450 und 1912 erschienene Übersetzungen nichtfiktionaler Texte aus dem Lateinischen ins Deutsche elektronisch zu erfassen und im Open-Access-Format zugänglich zu machen. Nach einem kurzen geschichtlichen Abriss wird die Datenbank auf der Basis von zwei Untersuchungszeiträumen (1450–1550 und 1812–1912) vorgestellt. Wie die Auswertung von 100 zufällig ausgewählten Titeln aus den beiden Zeiträumen zeigt, lassen sich hier interessante Vergleiche anstellen (z. B. zur Lexik). Der Beitrag zeigt anschaulich auf, welche weiterführenden Fragestellungen damit bearbeitet werden können (z. B. zum Wandel von Übersetzungskonventionen). Denn auch wenn „der heutige Stand der Technik zahlreiche Hilfestellungen bietet“ (S. 315), die fachliche Auswertung, so das Schlusswort, bleibt weiterhin dem Menschen überlassen.

Nach diesem Gang durch die 16 Beiträge des Sammelbandes steht nun noch die Gesamtbeurteilung an. Wie aus den vorangehenden Bemerkungen deutlich wurde, gibt es Beiträge, die sehr informativ sind, andere dagegen sind weniger substanziell (da es sich beispielsweise nur um kleine Fallstudien handelt oder viele Zitate aneinandergereiht werden). Auch in formaler Hinsicht bestehen erhebliche Qualitätsunterschiede. Damit meine ich nicht nur den sprachlichen Ausdruck, sondern auch die Fehlerhaftigkeit einiger Texte (z. B. in der Abschnittnummerierung, in der Kommasetzung und in der Rechtschreibung). Auch was die Aktualität betrifft, ist der Band recht disparat: Einige Beiträge bemühen sich um einen neueren Stand, für andere gilt das nicht. Das zeigt auch der Blick in das jeweilige Literaturverzeichnis (veraltete Auflagen, ältere Internetzugriffe, keine neuere Forschung). Natürlich muss man berücksichtigen, dass die Vorträge, auf die das Buch zurückgeht, im Jahr 2013 gehalten wurden; man darf aber auch erwarten, dass Vortragsmanuskripte für die anschließende Publikation aktualisiert werden. Das führt mich zum letzten Punkt, zur redaktionellen Arbeit am vorliegenden Band: Die Herausgeberin und der Herausgeber bemühen sich in ihren einleitenden Worten, eine Kohärenz herzustellen und die Aktualität des Bandes hervorzuheben. Da ihre Worte aber nur knapp ausfallen und im Text keinerlei Querverweise erfolgen, stehen die vier Themenblöcke und die Beiträge innerhalb dieser Blöcke unverbunden nebeneinander. Hinzu kommt, dass an einigen Stellen Aspekte behandelt werden, die nur eine sehr lose Verbindung zum Thema Internet und Web 2.0 aufweisen. Bedauerlich ist auch, dass dem Buch, von den einführenden Worten auf den Seiten 7 und 8 abgesehen, weitere Service-Teile fehlen. So gibt es weder ein Register, das die schnelle Orientierung in dem über 300 Seiten starken Band erleichtert hätte, noch genauere Angaben zu den Autorinnen und Autoren. Im Fazit muss festgestellt werden, dass das Buch als Ganzes nicht das einlöst, was man sich bei diesem Thema gewünscht hätte. Das ändert aber nichts daran, dass einzelne Beiträge mit Gewinn zu lesen sind.

- 1 An einer Stelle im Buch wird dies auch allzu sichtbar, hier ist noch von „Vortrag“ (S. 162) die Rede.
- 2 Die Ausdrücke *Digitale Medien* und *Neue Medien* werden in dem Band vermutlich synonym gebraucht; eine Erläuterung zum Nebeneinander dieser Bezeichnungen findet sich allerdings nicht.
- 3 Vgl. Georgette Stefani-Meyer, „Der Paratext der gedruckten Tageszeitung“, in: *Presstextsorten im Vergleich/Contrasting Text Types in the Press*, hg. v. H. E. H. Lenk u. A. Chesterman, Hildesheim/Zürich/New York: Olms, 2005, S. 303–322.
- 4 Vgl. Brook Bolander / Miriam A. Locher, „‘Peter is a dumb nut’: Status updates and reactions to them as ‘acts of positioning’ in Facebook“, in: *Pragmatics* 25 (2015), S. 99–122.

CHRISTA DÜRSCHIED

Zürich

ZFSL 128, 2018/2–3, 317–322

Alain Rabatel

Pour une lecture linguistique et critique des médias.

Empathie, éthique, point(s) de vue

Limoges: Lambert-Lucas, 2017, 517 S.

Der vorliegende Band enthält 26 Artikel, die Alain Rabatel zur kritischen Analyse von Presse-texten aus der Perspektive der *linguistique énonciative* verfasste und bereits in anderen Kontexten publizierte. Neben den für diese Ausgabe teilweise überarbeiteten Aufsätzen umfasst das Buch ein in der Zeitschrift *Mots* veröffentlichtes Interview,¹ das die Kerngedanken der Theorie Rabatels in Grundzügen darstellt. Für deren Beschreibung sind die beiden Adjektive im Titel, *linguistique* und *critique*, essentiell: Im Rahmen der *linguistique énonciative* wird die Verwendung sprachlicher Äußerungen in konkreten Kommunikationssituationen in den Blick genommen. Auf diese Weise kann die Linguistik in einem interdisziplinären Kontext als Hilfswissenschaft („discipline contributive“, S. 185) betrachtet werden, die von Bedeutung ist, da sie Methoden für eine präzise Textanalyse an die Hand gibt. Im vorliegenden Fall wird sie im Rahmen einer ethisch-politisch motivierten *lecture critique* eingesetzt, wenn Rabatel seine Diskursanalysen durchführt, um auf soziale Ungerechtigkeit hinzuweisen (S. 189). Der Autor verweist darauf, dass seine Arbeit in der Nähe der Kritischen Diskursanalyse zu verorten ist, wie sie von Autoren wie Van Dijk, Fairclough oder Wodak vertreten wird. Er kritisiert aber, dass einige Vertreter der Kritischen Diskursanalyse ihr Corpus als Prätext betrachten, aus welchem politische Wahrheiten abgeleitet werden, welche undiskutiert bleiben (S. 36).

Die grundlegende Programmatik Rabatels wird insbesondere in dem vorangestellten Interview sowie in den acht folgenden Theoriekapiteln dargestellt. Sie enthält als zentrales Konzept den *point de vue* (PDV): „[J]e définis comme point de vue (PDV), en linguistique, tout énoncé qui pré-dique des informations sur n'importe quel objet du discours, en donnant non seulement des renseignements sur l'objet (relatifs à sa dénotation), mais aussi sur la façon dont l'énonciateur envisage l'objet, exprimant ainsi un PDV“ (S. 43). In Zusammenhang damit stehen die *postures énonciatives*, die Auskunft darüber geben, wie sich der *énonciateur* einer Äußerung (der nicht mit dem *locuteur* übereinstimmen muss), zu einem bestimmten PDV verhält. Rabatel unterscheidet diesbezüglich